Direction des relations internationales de l'enseignement
Centre de Langue

Ressources pour les enseignants et les formateurs en français des affaires

Auto-formation : Comprendre le monde de l'entreprise

Crédit : ***Joëlle Bonenfant***
Jean Lacroix

Notion : La mercatique

Ce terme est la traduction française du mot "**marketing**" utilisé par les anglo-saxons.
Même si la fonction première de l'entreprise est de produire, encore faut-il qu'elle écoule sa production, qu'elle sache à qui , comment et par quel moyen elle va vendre ses produits.

Dès lors, et contrairement à la situation antérieure où les producteurs dominaient un marché qui n'était pas saturé, où le problème était de fabriquer les produits, l'entreprise doit organiser sa structure productive et sa planification par l'aval, à partir de la demande.

Cette optique, qui place la satisfaction du client au centre de l'activité productive de l'entreprise, rend essentielle la connaissance des besoins des consommateurs et a conduit à l'émergence du concept de **marketing**.

1. Définition.

La mercatique est l'ensemble des **techniques** et **actions** ayant pour objet de prévoir, constater, stimuler, susciter ou renouveler les besoins des consommateurs d'un type de produits ou de services, et de réaliser l'adaptation continue de l'appareil productif et commercial d'une entreprise à ces besoins.

2. La démarche mercatique.

La démarche mercatique, qui met le consommateur au centre des préoccupations de l'entreprise, est une démarche globale s'articulant autour de trois axes complémentaires et indissociables :

- étude et **connaissance du marché**.
- mise en place de la **politique de marchéage**.
- organisation de l'entreprise autour de sa **fonction marketing**.

3. Les composantes de la démarche.

Comme le montre le schéma ci-dessous, chacun de ces axes est constitué de différents éléments, qui seront analysés et mis en cohérence pour affiner la démarche.

Schéma de la démarche mercatique